

| 2025百事可乐CNY创意推广

- ◆ 品牌名称：百事可乐
- ◆ 所属行业：食品饮料
- ◆ 执行时间：2024.12.10-05.03
- ◆ 参选类别：种草营销类





背景&目标



项目概览：科技赋能的年味营销革新

2025年春节，百事可乐以“**地道年味有百事**”为主题，推出全域场景整合营销。项目聚焦**餐饮、民俗、下县、礼赠、出行**五大春节消费高频场景，融合**AI、NFC、小程序等技术**，以内容互动为抓手，推动品牌心智渗透、用户参与裂变、门店销售增长，实现“创意+科技+渠道”三维突破。

实现**家乡年味、地道门店与百事CNY营销推广**三者融合

通过平台、线下、在线一体化整合营销，引导、推动消费者

最终达成品牌、餐饮门店、消费者三方共赢





背景&目标



目标与挑战：如何玩出“地道年味”的创新



传统年节营销同质化严重，百事可乐需破局：

年轻人年味认知模糊，如何用科技将品牌&用户情感强关联？

海量品牌争抢CNY注意力，如何用科技创造“记得住的互动”？

营销链路割裂，如何打通线上传播与线下转化闭环？

需要打造“有参与感”“有技术感”的CNY新体验



核心洞察

洞察关键词：春节趣味仪式感、数字互动新习俗

春节情绪
趋势

团圆、互动、分享

春节仪式感
数字互动

年轻群体
习惯

社交玩法、短视频、AR体验



营销目标：品牌心智打造“地道年味有百事”的场景占位

打通线上线下场景 以数字技术推动品牌私域活跃、提升消费转化效率

春节流量聚合，让品牌热度聚拢
当家乡百味遇见百事榜单
吸引用户到店打卡消费

B端

使参与活动的餐饮门店
得以讲出自身故事
构建独特的品牌影响力

百万级KOL探店引流

重点门店定制包店

美食江湖的榜单
前置位置

延续百事江湖主题
打通在线传播引流线下管道通路
实现对消费者的引流门店作用

C端

精准满足用户家乡年味情结
激发用户分享个性化
百事年味新体验

在线趣味互动新体验

有奖裂变引导传播

噱头大奖撬动参
与热情

结合各端平台资源
多形式互动和多样式内容输出
引导流量进入小程序

平台

利用各方资源配合造势
启动用户多平台互动流转
促成流量转化

小程序

抖音

小红书

视频号

公众号



创意策略总览：科技技术赋能体验触点

实现从“买饮料”到“玩饮料”的全链路转化

百事美食竞猜

在线竞猜合作商户地道
门店招牌菜

加餐盲盒

凭点餐凭证
抽取盲盒礼品

点评笔记赢好礼

参与点评笔记
被评为优秀内容赢奖励

AI笔记助手

碰一下
AI助你写笔记

地道美味留影

区域特色
留影区发笔记



互动板块亮点展示

地道年味有百事

百事美食竞猜 赢惊喜大奖

送礼送百事 好礼一起赢

满减优惠 | “金喜”大奖 | 转发裂变



碰杯仪式 多场景互动

百事碰杯 碰出惊喜好礼



美食江湖AI笔记

点评笔记轻松写





创意执行一：领券购礼盒，现金大礼等你赢



抽奖入口



进入首页



获得奖品



一等奖
88元现金红包



二等奖
8.8元现金红包



三等奖
0.8元现金红包

领券购礼盒参与活动抽 “金喜”大礼，助力销售

领券购买百事礼盒后即可抽取现金大礼。



媒介&执行



创意执行二：百事美食竞猜，猜地道招牌菜

百事CNY主页

百事美食竞猜主页

两面台卡- 美食竞猜展示



足不出户 探店地道招牌菜



可从百事CNY主阵地进入参与，选择不同餐饮门店，根据线索竞猜答案，提交即出结果及奖品。

到店就餐扫一扫 猜迷赢惊喜大奖



合作门店台卡物料扫码进入参与当前定位门店竞猜互动，根据线索竞猜答案，提交即出结果及奖品。



媒介&执行



创意执行三：百事碰杯仪式 多场景互动 碰出惊喜好礼

百事碰杯 碰出惊喜好礼



打开手机“NFC”功能，轻触装置logo

手机调起微信自动打开开奖动效画面

用户获得奖品





创意执行四：美食江湖AI笔记轻松写

AI引导用户选择撰写标准

生成笔记

两面台卡- NFC展示



手机“NFC”轻触 百事专属台卡调起AI

点评笔记内容想不到？轻触台卡打开AI，选择
笔记诉求，生成内容，复制粘贴发布笔记。



小程序主会场闭环:引导、转化、留存一体化



自研小程序“百事乐享生活+”贯穿活动核心链路，实现领券购礼、互动打卡、AI笔记发布、中奖抽奖等功能集成，完成营销-内容-转化的技术闭环。



地道年味有百事推荐门店地图

展示各行销重点合作门店简介，包括门店名称、地址、餐饮品牌故事，点击可供用户查看。



热话题：百事美食竞猜 赢惊喜大奖

结合“百事美食江湖”做合作门店招牌菜竞猜抽奖，趣味互动造竞猜话题。



KOL/KOC探店打卡内容视频

展示各行销邀请的KOL/KOC探店内容视频及合作餐饮门店相关活动内容视频，由各行销从后台上传



效果&反馈



品效合一的技术系统胜利的重构



平台曝光：超1亿+总流量覆盖

门店引流：平均门店销售增长25%+

用户参与：竞猜互动参与率达60%+

UGC内容：累计产出笔记3万+，互动点赞转发破百万





行业价值：一次春节营销范式的重构



百事可乐 CNY 创意推广方案以科技创新为引擎，深度激活产业活力，取得显著实效。项目上线期间，全网累计曝光超 2 亿，成功汇集上海 + 苏南 100 家江湖商户，品牌影响力与市场覆盖实现质的飞跃，通过小程序多元互动与私域流量运营，有效提升用户参与度与品牌粘性，为产品销售转化提供强劲动力。

在行业引领层面，项目构建的“跨平台整合营销 + 场景化私域运营”模式，为数字广告行业提供可复制的创新样本。其 AI、NFC 技术融合的互动玩法，以及品牌、商家、消费者三方共赢的盈利路径，推动行业向技术驱动、体验升级的方向转型，激发产业创新活力。

于区域经济发展而言，项目通过 5 大核心场景的深度渗透，带动餐饮、零售等线下商户客流显著增长，激活区域消费市场。品牌与地方特色美食、民俗文化的融合，在促进消费的同时，助力家乡年味等传统文化传播，实现经济效益与文化价值的双重提升，为区域经济发展与文化传承注入新动能。